

35 **Юрій САВЧЕНКО**  
**Захистити дитину**  
**від інформаційної навали:**  
**місія можлива**

Часто батьки саджають дитину перед телевизором і в такий спосіб «виборюють» собі кілька хвилин, а то й годин вільного часу. Однак не всі вони усвідомлюють, як мас-медіа можуть нашкодити психіці та фізичному розвитку. Адже уявлення про спосіб життя та здорові звички формуються у свідомості дитини змалечку

**взаємодія**  
**зі спеціалістами**

39 **Вікторія ГРАФКІНА**  
**Неінтегровані примітивні**  
**рефлекси**

Якщо примітивні рефлекси залишаються активними:

- причини та наслідки
- діагностика та корекція

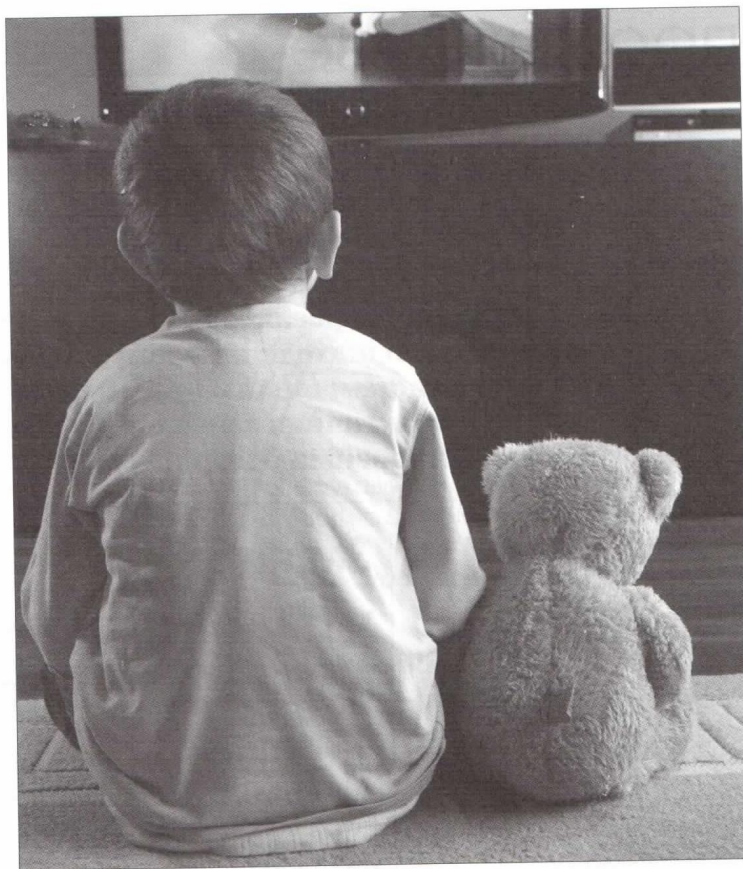
**робоча ситуація**

46 **Людмила ТЕРЕЩЕНКО**  
**Як навчити дітей не «клявати»**  
**себе за промахи**

Зазвичай дорослі вказують дітям на їхні помилки з добрих намірів. Утім, якщо увагу дитини зосереджувати лише на промахах і невдачах, її самооцінка поступово знижується, а самоствердження стає негативно-критичним. Така ситуація може трапитися в дитячому садку — часом педагоги не добирають слів для оцінки результатів діяльності своїх вихованців. Навчити дітей протидіяти таким маніпуляціям — завдання практичного психолога

48 **Наталія ФІЛІМОШКІНА**  
**Психосоматичні прояви**  
**тривалих сімейних проблем**

Хвороба дитини — нелегке випробування для батьків. Утім, часто вони не усвідомлюють, що самі стали причиною захворювання дитини. Адже мікроклімат в сім'ї безпосередньо впливає на її психічний стан



**інформаційний стенд**

50 **Якщо дитина ще «не знайома»**  
**з девайсом**

Рекомендації для батьків

51 **Якщо дитина вже «залипла**  
**у цифру»**

Рекомендації для батьків

52 **Аби дитина не перетворилася**  
**на рекламожера**

Пам'ятка для батьків

**запитання — відповідь**

53 **Не дай себе забути: проста**  
**арифметика для практичного**  
**психолога**



Статті практичних психологів системи освіти, опубліковані в поточному числі журналу, рецензували:

Ольга ГРІНЬОВА, доцент кафедри педагогіки і психології Педагогічного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка, канд. психол. наук та Юлія ГУЛЬКО, старший науковий співробітник лабораторії психології творчості Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України, канд. психол. наук

**Часто батьки саджають дитину перед телевізором і в такий спосіб «виборюють» собі кілька хвилин, а то й годин вільного часу. Однак не всі вони усвідомлюють, як мас-медіа можуть нашкодити психіці та фізичному розвитку. Адже уявлення про спосіб життя та здорові звички формуються у свідомості дитини змалечку**



**Юрій САВЧЕНКО,**  
заступник директора  
Педагогічного інституту  
Київського університету  
імені Бориса Грінченка,  
канд. психол. наук, доцент

## Захистити дитину від інформаційної навали: місія можлива

Прийнято вважати, що найбільшої шкоди дитині завдає надмір агресії, яка проникає з екранів, моніторів і друкованих сторінок. Особливо часто агресивну поведінку культивує всеохопна реклама. Однак існує багато інших підводних каменів, які шкодять дитячій психіці. Зокрема, зовсім не безневинними є багато розвивальних передач.

Небагато родин нині відмовилися використовувати телевізор, комп'ютер, друковану пресу й радіо. Та навіть якщо вдома їм це вдається, то від вуличних засобів масової інформації у вигляді білбордів, сіті-лайтів, плакатів, голосових повідомлень тощо **сховатися просто неможливо.**



Розвиток дитини під впливом засобів масової інформації останнім часом стає все гарячішою темою. Епоха інформаційних технологій і надшвидкого прогресу висуває нові вимоги до медіаринку та встановлює відповідний темп життя для його аудиторії. Найчастіше встигати за ним не під силу навіть дорослому, а про дитину годі й говорити.

Засобами масової інформації батьки зазвичай користуються без міри, а зміст передач, які дивляться їхні діти, не контролюють. Спробуємо розібратися, наскільки небезпечними можуть бути наслідки такої поведінки для дитини.

### Приборкати рекламного монстра

Навіть найменші діти цікавляться рекламними роликами. Чому так? У дитини дошкільного віку найліпше розвинена короточасна пам'ять, тому її мозок ще не здатен опрацьовувати тривалі сюжети. А от 30-секундне відео дитина запам'ятає залюбки. Тим більше що реклама, як правило, має захопливий сюжет із зав'язкою й епілогом, супроводжується спеціально підібраною музикою та яскравими картинками.



## Чим страшний

Однак реклама приховує в собі цілу низку потенційних небезпек для дитини, тож слід знати, як запобігти її негативному впливу.

Тривалий перегляд рекламних роликів утомлює зір, викликає гіпно-тичне оціпеніння, що супроводжується **послабленням волі**. Світло-ві спалахи, мерехтіння та заданий ритм мелодії починають взаємодіяти з мозковими альфа-ритмами, від яких залежить здатність концентрувати увагу. Зрештою вони дезорганізують мозкову ритміку, внаслідок чого розвивається **порушення уваги**. Також таке перевантаження нервової системи може спричинити моторну розгальмованість дитини.

Іще одна серйозна пастка реклами — **підміна понять**. Турбота, прояв уваги та любові пов'язані в ній з обов'язковим придбанням товару конкретної марки. Дитина починає думати, що батьки її не люблять, якщо не купують для неї цей продукт.



Утім, діти не такі черстві. У супермаркетах можна побачити, як дитина настійливо вказує мамі чи татові придбати той чи той товар. Адже дитина чує з реклами, що якийсь засіб здатен розв'язати проблему, яка турбує одного з батьків: лупа, зморшки, захворювання тощо. І якщо мати чи батько відмовляються придбати цей товар, дитина щиро переживає, хвилюється, навіть відчуває страх. Адже вона сприймає це як відмову людини, яку вона любить, від прояву її турботи.

Унаслідок сприймання викривленої дійсності, яку показує реклама, дитина стає невпевненою, тривожною, менше довіряє близьким дорослим.

## Як боротися

Практичному психологу слід поцікавитися у батьків, як часто їхня дитина потрапляє під вплив реклами? Навіть якщо телевізор вони вмикають лише для перегляду новин та окремих передач, то потік реклами супроводжує дитину на вулиці, у транспорті, по радіо, що звучить у фоновому режимі... А це означає, що уникнути реклами майже неможливо. Залишається лише навчитися свідомо її сприймати й критично оцінювати\*.

Тож завдання фахівця — пояснити батькам, що слід не відгороджувати дитину від реклами, а вчити правильно до неї ставитися. Потрібно допомагати дитині розрізняти **функції реклами**:

- інформувати про щось;
- спонукати вибрати конкретний товар чи послугу.

Тож варто **обмежити час**, який дитина проводить перед телевізором, комп'ютером тощо. А оскільки від реклами позбутися не вдасться, то варто **обговорювати побачене**. Батьки мають звертати увагу дитини на агресію, підміну понять та інші приховані послання рекламних роликів.



Зокрема слід звертати увагу дитини на те, що виробники продуктів харчування, особливо фастфуду, рекламують їх як модні, однак свідомо не говорять про вплив цих виробів на організм.

\* Памятка для батьків «Аби дитина не перетворилася на рекламожера» подана на с. 52. — Прим. ред.

## Чим страшні

## Викрити розвивальні телепередачі-перевертні

Більшість батьків полюбують саджати дитину перед телевізором. Хтось це робить, аби мати змогу завершити свої справи, хтось — через упевненість в абсолютній користі такої форми навчання, хтось виправдовує цим рішенням небажання самотійно займатися з дитиною. Довірити навчання й виховання телевізору зручно: дитина не пустує, охоче дивиться телепередачі та ще й пізнає щось нове і цікаве. Однак це лише на перший погляд.

Медіаринок нині переповнюють усілякі відеопосібники, автори яких позиціонують їх як розвивальні. Розвиток логіки, уваги, вивчення цифр та літер, кольорів, явищ природи — усе це та багато іншого вони пропонують у яскравій, динамічній та інтерактивній формі. Однак за цією різноманітністю губиться компонент, що потребує не меншого розвитку, ніж інтелектуальні здібності. Йдеться про **емоційну компетентність**, або емоційний інтелект, — уміння розуміти власні почуття та емоції. Жоден фільм, мультимедіа чи фотографія не навчать дитину відчувати ні свій емоційний стан, ні стани інших людей.

Звичка залишати дитину наодинці з розвивальними телепередачами призводить також до незадоволення потреби дитини у спілкуванні як взаємному обміні інформацією. Адже **спілкування передбачає два головні складники:**

- прийняття;
- передавання.

Із прийняттям інформації від телепередач усе просто. Але як же передати екранним персонажам відповіді на їхні запитання, емоційні реакції на їхні дії? Навіть якщо дитина й намагатиметься це робити, персонаж залишиться глухим до її слів і дій. Зрештою у дитини не сформується адекватний механізм взаємодії.



Дефіцит у навичці спілкування як взаємному процесі негативно впливає на взаємини дитини з оточенням. У більшості випадків саме він спричиняє скарги батьків на те, що дитина не реагує на їхні прохання, зауваження чи навіть просто звертання.

Тож після тривалого й частого перебування дитини перед телевізором чи комп'ютером вона просто **не усвідомлює необхідності** зовнішньо демонструвати «оброблення» адресованих їй слів.

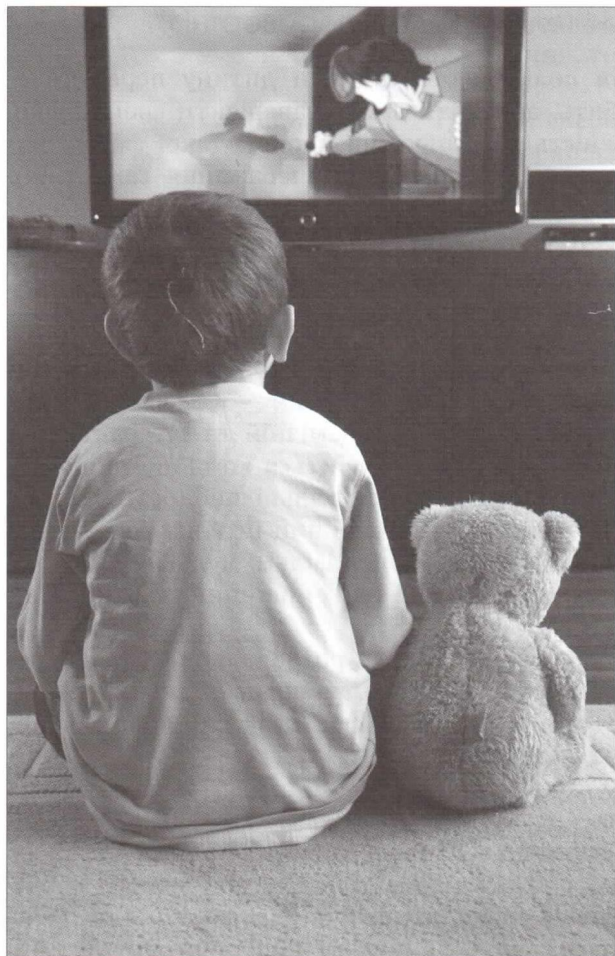
## Як боротися

Закликати цілком відмовлятися від розвивальних передач звісно недоцільно. Однак не варто забувати, що їх слід **добирати з огляду на потреби дитини**, а не на фантазії батьків про ці потреби. Що молодша дитина, то уважнішими до її емоційних реакцій мають бути мама й тато, адже вона ще не все може виразити словами.



Сюжети, які здаються дорослому абсолютно безневинними, можуть раптово лякати дитину. Для того, аби помітити це, один із батьків має бути в цей момент поруч і стежити за тим, що відбувається на екрані.





Час, який батьки присвячують перегляду передачі, має бути у 2-3 рази меншим, ніж той, що вони витрачають на обговорення побаченого. Не слід одразу вимагати від дитини тривалої розмови чи саджати її малювати/ліпити/будувати на задану тему. Варто дати їй змогу **«перетравити» отримані враження**, а її нервовій системі зі збудження перейти до гальмування. Можливо, дитина сама щось запитає чи буде шукати змогу відобразити пережите у творчості.



Батьки можуть приєднатися до художньо-продуктивної діяльності дитини — і розмова в цей час буде природною і невимушеною.

Практичний психолог має звернути увагу батьків, якщо дитина самотійно не ініціювала спілкування, їм слід поставити кілька навідних запитань. У разі відмови обговорювати передачу варто відкласти цю тему на певний час, однак обов'язково повернутися до неї пізніше.

Освітній **матеріал має відповідати віку** дитини. Батьки часто прагнуть розвинути дитину «ще більше, ширше, глибше», однак це підступна пастка. Інтелектуальне перенавантаження поняттями та термінами не викликає нічого, крім відторгнення та супротиву до навчання.

Отже, нині одне з найважливіших завдань батьків — навчити дитину жити в просторі, що насичують засоби масової інформації. Нехтувати правилами поведінки в інформаційному середовищі так само шкідливо, як і нехтувати правилами гігієни. Надмірна кількість реклами й неконтрольований перегляд розвивальних передач можуть мати непоправні наслідки для психіки і фізичного здоров'я. Тож своєчасна та мудра підтримка дорослого допоможе дитині боротися з інформаційними небезпеками.

ψ